

MEMELIHARA CITRA POSITIF RI MELALUI RADIO TAIWAN INTERNASIONAL

Ulani Yunus

Marketing Communication Department, Faculty of Economic and Communication, BINUS University
Jln. K.H. Syahdan No.9, Palmerah, Jakarta Barat 11480
ulani@binus.edu

ABSTRACT

Research aims to answer on how to maintain a positive image of the government of Indonesia through Radio Taiwan International. Research used literature study method through data collection compiled based on the results of previous researches in journals and discussing communication, government and media, especially radio media, as well as data collection from seminars. Results of the study indicate that the Indonesian community residing in Taiwan requires intensive media to fill their minds, so that they remain proud to be Indonesian. Thus the image of the government of Indonesia remains positive. Recommendation of this research is the government of Indonesia has to use the local radio as a medium to keep a positive image.

Keywords: positive image, radio, public relations

ABSTRAK

Penelitian mempertanyakan bagaimana cara memelihara citra positif pemerintah RI melalui Radio Taiwan International. Penelitian menggunakan metode studi pustaka yang dikumpulkan berdasarkan jurnal hasil penelitian sebelumnya, buku yang membahas komunikasi, pemerintah dan media, terutama media radio, serta pengumpulan data dari hasil seminar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia yang berada di Taiwan memerlukan media yang secara intensif mengisi pikiran mereka sehingga mereka tetap bangga menjadi orang Indonesia. Dengan demikian, citra pemerintah RI tetap positif. Saran penelitian adalah sebaiknya pemerintah RI menggunakan Radio lokal Taiwan untuk memelihara citra positif.

Kata kunci: citra positif, radio, hubungan masyarakat

PENDAHULUAN

Pesan yang disampaikan melalui media radio berbahasa Indonesia di luar negeri dapat menjadi pilihan untuk menanamkan citra positif Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Program siaran radio tersebut dapat menjadi kegiatan *public relations* (humas) pemerintah RI. Mengingat melalui siaran radio terjadi interaksi antara pendengar dan penyiar, sehingga bagi Warga Negara Indonesia (WNI) di negeri asing terasa sebagai “kehangatan”, efeknya adalah tercipta *image* positif. Radio, menurut sejarahnya, memiliki andil dalam memengaruhi komunitas pendengarnya untuk pesan politik. Kekuatan pengaruh radio sebagai media massa melebihi media massa lainnya dalam penanaman nilai-nilai ideologis bangsa. Acara siaran radio masuk ke telinga pendengar membentuk kesan aktual dan “segera” sehingga memungkinkan pendengar merasa tidak terpisah jarak dan waktu dengan tanah air. Tidak heran acara-acara siaran Radio Taiwan International (RTI) mendapat respons yang tinggi dari para WNI, khususnya perempuan (Thamsir, 2012).

Mengingat jumlah WNI yang makin banyak di Taiwan, maka pada 21 Oktober 2012, RRI (Radio Republik Indonesia), FORMMIT (Forum Mahasiswa Muslim Indonesia di Taiwan), PKPU (Pos Keadilan Peduli Ummat), dan KDEI-Taipei (Kantor Dagang dan Ekonomi Indonesia di Taipei) mengadakan sarasehan dengan RTI (Radio Taiwan International). RTI digandeng oleh RRI karena RTI mengudara setiap hari dengan 13 bahasa, di antaranya adalah dalam Bahasa Indonesia. Program acara yang disajikan meliputi berita, politik, ekonomi, budaya, pendidikan, hiburan, dan pelayanan masyarakat. Acara berbahasa Indonesia di RTI itu antara lain: “Indonesia di Hari Ini & Kotak pos”, “Ada Apa dengan Tony”, “Yuk Ngrumpi”, “Plaza Wanita & Mari Menyanyi”. (KDEI-Taipei, 2012).

Tujuan penelitian adalah mencari jawaban terhadap pertanyaan tentang bagaimana memelihara citra positif pemerintah RI melalui Radio Taiwan International. Adapun manfaat penelitian secara akademis adalah dapat memberikan sumbangan wacana bagi konsep *public relations* dalam bidang pemerintah; kemudian secara praktis dapat dijadikan pedoman bagi pemerintah Indonesia untuk memanfaatkan Radio Taiwan Internasional sebagai pembentuk citra positif bagi WNI di Taiwan. Urgensi penelitian ini adalah agar dapat terciptanya arus informasi yang tepat bagi WNI yang ada di Taiwan, sehingga penelitian juga mendukung program RTI. Kerja sama antara pemerintah RI dengan RTI pun dapat makin erat, dengan demikian citra positif pemerintah Indonesia akan makin kuat.

METODE

Penelitian dilakukan dengan metode studi pustaka berupa pengumpulan dan pemilihan artikel hasil penelitian sebelumnya, buku yang membahas komunikasi, pemerintah dan media, terutama media radio, serta pengumpulan data dari hasil seminar. Pernyataan pustaka dan seminar tersebut dinyatakan sebagai data primer (data yang diinterpretasikan oleh peneliti) atau sekunder (data yang dikutip langsung). Data tersebut diolah melalui analisis peneliti. Keabsahan penelitian ini terletak pada logika berpikir peneliti sebagai ciri khas penelitian kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemerintah perlu memiliki kepedulian terhadap warga negara (WN) yang bermukim di luar negeri. Kepedulian ini dapat dilakukan secara resmi melalui kantor kedutaan sebagai perwakilan negara ataupun secara informal melalui media yang mudah diakses oleh WN tersebut, di antaranya melalui media radio setempat. Ada potensi kesalahan informasi akibat teknik membingkai informasi

dari para *broadcaster*. Hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa dapat terjadi bias pada khalayak sebagai akibat dari komunikasi politik dari pihak tertentu. Bias itu dapat terjadi karena para jurnalis telah membingkai berita sesuai keputusan yang dianggap penting oleh pribadinya, seperti cuplikan berikut: *“Likewise, the separation of topics into contested and uncontested erases the ways in which controversy is not a characteristic of issues, but a function of reporter decisions,”* (Ross & Comrie, 2012:969-984). Jurnal lain membahas tentang berita di BBC yang membutuhkan pemantauan untuk menciptakan kualitas berita yang disiarkan, seperti disebutkan sebagai berikut: *“The second aim is to provide a means of helping maintain and increase the quality of the same key aspects of BBC news output at the stages of reporting and editorial decision-making within ongoing stories,”* (Anderson and Egglestone, 2012:923-941).

Pentingnya menjalin komunikasi dari pemerintah kepada WN di luar negeri juga merupakan bekal senjata bagi WN untuk memercayai negaranya. Reddi (2010:12-14) menyatakan: *“What is a good government? According to Chinese Philosopher Conficius good government is one which can feed the people, provide adequate weapons for defence of the state and which has the trust.”* Selanjutnya Reddi (2010:26-28) membahas pentingnya kepercayaan WN kepada pemerintah untuk menumbuhkan keyakinan yang kuat akan masa depan bangsa, disebutkannya: *“A people that has lost faith in the government is a people without a future.”* Sekali pun WN berada di luar negeri, pemerintah tetap diharapkan memiliki perhatian dalam memelihara kecintaan warga terhadap tanah air.

Bahasan tersebut didukung oleh hasil penelitian Nah dan Chung yang membahas tentang adanya hubungan antara kepercayaan sosial, kredibilitas media dengan persepsi dalam dunia jurnalistik (Nah & Chung, 2012). Dalam penelitian ini mereka melibatkan 238 responden untuk menguji persepsi khalayak yang dibentuk oleh jurnalis profesional dan *citizen journalists*. Dengan demikian apa yang akan dipercayai oleh masyarakat akan tergantung dari pengemasan jurnalistik dalam menyampaikan pesan kepada khalayak.

Conway dkk. membahas tentang representasi media dalam mengungkapkan masalah sosial. Walaupun dikatakan kelompok peneliti ini bahwa media tidak secara langsung memiliki otoritas, *agenda setting* dari media dapat mengubah fokus masyarakat terhadap suatu hal dan membentuk asumsi tertentu yang lebih positif sesuai keinginan media (Conway, Corcoran & Cahill, 2012). Pemerintah Inggris yang memiliki siaran berita legendaris dengan nama BBC ternyata juga harus waspada terhadap dominasi komersial yang memiliki kekuatan lebih besar dibandingkan dengan suara pemerintah. Peran BBC sebagai media pemerintah menjadi kurang dalam kekuatan memengaruhi karena ada kekuatan komersial (Thomas & Hindman, 2012). Dengan artikel dari kedua jurnal tersebut, ada dua fakta yang berbeda. Pertama, saat media sedemikian dominan menyajikan realitas yang ada pada masyarakat, maka yang penting adalah yang ditentukan oleh media; kedua adalah fakta bahwa pemerintah menjadi kurang kekuatannya karena ada hegemoni dari pemasang iklan. Arah media ditentukan oleh para penguasa komersial.

Menurut teori disonansi kognitif bahwa informasi yang tidak membuat nyaman penerimanya akan ditolak oleh otak penerima menjadi informasi yang bersifat disonansi. Informasi ini biasanya merupakan pesan yang tidak sesuai harapan penerimanya. Whitaker, et al (2011:3-5) menuliskan sebagai berikut: *“When information we receive is difference from which we accept on with which we are not comfortable our mind seeks a balance by rejecting or modifying the dissonant information.”* Pesan-pesan yang disampaikan melalui media massa diharapkan menyamankan khalayaknya sehingga tidak terjadi disonansi kognitif dari penerima pesan. Hal ini penting untuk diperhatikan apalagi jika khalayak adalah WN yang terpisah jarak dari negerinya.

Selanjutnya Whitaker et al. menyebutkan teori pengaruh sosial yang menyatakan bahwa anggota-anggota dari kelompok sosial merangkai realitas untuk kepentingannya, mereka memiliki

kekuatan untuk menolak pendekatan media. Pihak media sendiri sering mengulas topik yang berkaitan dengan kepentingan publik dengan tujuan untuk melayani publik tersebut (Whitaker, et al, 2011).

Media yang identik dengan pelayanan kepada publik adalah radio karena sifatnya yang dapat dihubungi setiap saat dan tidak membutuhkan proses produksi yang kompleks seperti media lainnya. Dennis dan Pease menyebutkan radio sebagai teman anggota keluarga, dicintai dan melewatkan waktu bersama khalayaknya secara prima. Radio menjadi bagian dari masyarakat karena mampu menemani ketika orang minum kopi di pagi hari atau ketika sedang menuju perjalanan ke kantor. Radio berada di mana-mana dan dipastikan selalu ada. Dengan demikian, iklan-iklan menyerbu radio menjadi menjadi mantera yang menginspirasi program-program radio (Mowitt, 2011). Jimmy Wallington dalam Mowitt (2011) tersebut menyebutkan bahwa radio membawa orang untuk tertawa ketika orang sedang membutuhkan hiburan.

Pemerintah dalam hubungannya dengan WN perlu terus menerus memelihara sikap bangga terhadap bangsa dan negara yang dicerminkan dengan indikator berikut: sikap bangga terhadap bangsa dan negara, semangat persatuan dan kesatuan bangsa, cinta menggunakan hasil produksi Indonesia, dan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam situasi resmi maupun percakapan sehari-hari (Nurdiawan, 2009).

Masyarakat Indonesia yang berada di luar negeri tidak dapat diabaikan begitu saja; perlu ada media yang intensif mengisi pikiran mereka. Mereka harus tetap bangga menjadi orang Indonesia. Kesadaran keindonesiaan perlu diwarisi dari para pendiri bangsa. Bahkan menurut Ki Sondang Mandali, Indonesia membutuhkan monumen perubahan peradaban agar Indonesia tetap eksis (Rahman, Srijanti, & Purwanto, 2008).

SIMPULAN

Program siaran Radio Taiwan Internasional yang berbahasa Indonesia dapat menjadi kegiatan *public relations* (humas) pemerintah RI. Mengingat bahwa melalui siaran radio akan terjadi interaksi antara pendengar dan penyiar sehingga bagi WNI di Taiwan terasa sebagai “kehangatan”. Efek interaksi tersebut adalah terciptanya *image* positif pemerintah Indonesia di Taiwan. Masyarakat Indonesia yang berada di Taiwan memerlukan media yang intensif mengisi pikiran mereka sehingga tetap bangga menjadi orang Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, P. J., & Egglestone, P. (2012). The Development of Effective Quality Measures Relevant to the Future Practice of BBC News Journalism Online. *Journalism Sage Journals*. Oktober, 13(7), 923-941. DOI: 10.1177/1464884912457533
- Conway, B., Corcoran, M. P., Cahill, L. M. (2012). The ‘Miracle’ of Fatima: Media Framing and The Regeneration of a Dublin Housing Estate. *Journalism Sage Journals*, 13(5), 551-571. DOI: 10.1177/1464884911431548

- KDEI-Taipai. (2012, 1 Desember). *Rangkaian Kunjungan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi dan Rombongan ke Taiwan Untuk Peningkatan Kesejahteraan TKI*. Diakses 12 Desember 2012 dari http://kdei-taipei.org/id/index.php?option=com_content&view=article&id=411:rangkaian-kunjungan-menteri-tenaga-kerja-dan-transmigrasi-dan-rombongan-ke-taiwan-untuk-peningkatan-kesejahteraan-tki&catid=34:berita&Itemid=55.
- Mowitt, J. (2011). *Radio: Essays in Bad Reception*. Berkeley: University of California Press.
- Nah, S., & Chung, D. S. (2012). When Citizens Meet both Professional and Citizen Journalists: Social Trust, Media Credibility, and Perceived Journalistic Roles among Online Community News Readers. *Journalism Sage Journals*. August, 13(6), 714-730. DOI: 10.1177/1464884911431381
- Nurdiaman, Aa. (2009). *Pendidikan Kewarganegaraan: Kecakapan Berbangsa dan Bernegara*. Jakarta: Pusat Perbukuan Departemen Pendidikan Nasional.
- Rahman H.I., Srijanti, A., & Purwanto, S. K. (2008). *Etika Berwarga Negara* (ed.2). Jakarta: Salemba Empat. ISBN: 9789796913947.
- Reddi, C.V. Narasimha. (2010). *Effective Public Relations and Media Strategy*. New Delhi: PHI Learning. ISBN: 978-81-203-3646-9
- Ross, K., & Comrie, M. (2012). The Rules of the (Leadership) Game: Gender, Politics and News. in *Journalism Sage Journals*. November, 13(8), 969-984. DOI: 10.1177/1464884911433255
- Thamsir, T. (2012, 12 November). *Seminar International Broadcasting Bidang Radio*. Jakarta: Binus University.
- Thomas, R. J., & Hindman, E. B. (2012). 'People will Die because of the BBC': British Newspaper Reaction to the BBC Gaza Appeal Decision *Journalism Sage Journals*. January, 13(5), 572-588. Doi: 10.1177/1464884911431539.
- Whitaker, W. R., Ramsey, J. E., & Smith, R. D. (2011). *Mediawriting: Print, Broadcast, and Public Relations*. London: Routledge.